

**Белорусский государственный университет
Факультет международных отношений**

Кафедра международного туризма

Реферат дипломной работы

**«Анализ факторов конкурентоспособности туристского
продукта на рынке выездного туризма Республики Беларусь (на
примере компании «J-travel»)»**

Иванова Александра Юрьевна,

руководитель Хомич Светлана Александровна

2015

РЕФЕРАТ

Иванова Александра Юрьевна

Анализ факторов конкурентоспособности туристского продукта на рынке выездного туризма Республики Беларусь (на примере компании «J-Travel»)

Объём дипломной работы составляет 60 страниц, работа включает 11 иллюстраций, 18 таблиц, 7 приложений. В ходе написания работы был использован 41 источник.

Перечень ключевых слов: КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ТУРИСТСКИЙ ПРОДУКТ, КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА, ТУРИСТСКИЙ РЫНОК, ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ.

Целью дипломной работы является изучение факторов конкурентоспособности туристского продукта на рынке выездного туризма Беларуси. Объектом исследования является рынок автобусных туров в Европу, предметом – туристский продукт компании «J-Travel» по данному направлению, представленный на рынке выездного туризма Беларуси.

Для реализации поставленной цели определены особенности формирования конкурентоспособности туристского продукта, проведен анализ существующих методических подходов к оценке факторов конкурентоспособности туристского продукта. Изучено состояние рынка автобусных туров по направлению Европа, проведена оценка конкурентоспособности туристского продукта компании «J-Travel» на рынке выездного туризма Беларуси и определены направления повышения его конкурентоспособности.

В работе использованы общенаучные методы исследования: обобщение, анализ, синтез, сравнение. Также применялись инструменты стратегического менеджмента (построение карты стратегических групп, построение профиля конкурентных преимуществ). Взвешенная оценка турпродукта проводилась с помощью интегрального показателя конкурентоспособности.

Практическая значимость дипломной работы заключается в возможности использования представленной методики оценки факторов конкурентоспособности турпродукта в целях выявления конкурентных преимуществ компании и укрепления ее конкурентных позиций на рынке.

РЭФЕРАТ

Іванова Аляксандра Юр'еўна

Аналіз фактараў канкурэнтаздольнасці турысцкага прадукту на рынку выязнога турызму Рэспублікі Беларусь (на прыкладзе прадпрыемства «J-Travel»)

Аб'ём дыпломнай працы складае 60 старонак, праца ўключае 11 ілюстрацый, 18 табліц, 7 дадаткаў. Падчас напісання працы была выкарыстана 41 крыніца.

Пералік ключавых слоў: КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦЬ, ТУРЫСЦКІ ПРАДУКТ, КАНАКУРЭНТНЫЯ ПЕРАВАГІ, ТУРЫСЦКІ РЫНАК, ФАКТАРЫ КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦІ.

Мэтай дыпломнай працы з'яўляецца вывучэнне фактараў канкурэнтаздольнасці турысцкага прадукту на рынку выязнога турызму Беларусі. Аб'ектам даследавання з'яўляецца рынак аўтобусных тураў у Еўропу, прадметам – турысцкі прадукт прадпрыемства «J-Travel» па дадзенаму напрамку, прадстаўлены на рынку выязнога турызму Беларусі.

Для рэалізацыі пастаўленай мэты вызначаны асаблівасці фарміравання канкурэнтаздольнасці турысцкага прадукту, праведзены аналіз існуючых метадычных падыходаў да ацэнкі фактараў канкурэнтаздольнасці турысцкага прадукту. Вывучан стан рынку аўтобусных тураў у Еўропу, праведзена ацэнка канкурэнтаздольнасці турысцкага прадукту прадпрыемства «J-Travel» на рынку выязнога турызму Беларусі і вызначаны кірункі павышэння яго канкурэнтаздольнасці.

У ходзе даследавання былі выкарыстаны агульнанавуковыя метады: абагульненне, аналіз, сінтэз, параўнанне. Выкарыстоўваліся інструменты стратэгічнага менеджменту (пабудова карты стратэгічных груп, пабудова профілю канкурэнтных пераваг). Ўзважаная адзнака турпрадукту праводзілася з дапамогай інтэгральнага паказчыка канкурэнтаздольнасці.

Практычная значнасць дыпломнай працы складаецца ў магчымасці выкарыстання прадстаўленай метадыкі ацэнкі фактараў канкурэнтаздольнасці турпрадукту з мэтай выяўлення канкурэнтных пераваг кампаніі і ўмацавання яе канкурэнтных пазіцый на рынку.

ABSTRACT

Ivanova Alexandra Yuryevna

Analysis of the factors of the tourist product competitiveness on the Belarusian outbound tourism market (on the example of «J-Travel» company)

The thesis consists of 60 pages, and includes 11 illustrations, 18 tables, 7 applications. Working on the thesis demanded the use of 41 sources.

Key words: COMPETITIVENESS, TOURISM PRODUCT, COMPETITIVE ADVANTAGES, TOURISM MARKET, COMPETITIVENESS FACTORS.

The objective of the thesis is to study competitiveness factors of the tourism product on the Belarusian outbound tourism market. The object of the research is the market of bus tours to Europe, the subject – the tourism product of the «J-Travel» company in this direction presented on the market of outbound tourism.

In order to realize the objective, there were defined the features of the tourism product competitiveness, in addition the existing competitiveness evaluation methods were analyzed. Furthermore the market of bus tours to European countries was characterized, after that the assessment of the competitive strengths of «J-Travel» tourism product was carried out.

The following research methods were applied: generalization, analysis, synthesis, comparison. The methods of strategic management were also used: strategic group mapping, profile of competitive abilities.

The practical significance of the thesis lies in the possibility of using the presented method for assessing the factors of competitiveness of tourism products in order to identify competitive advantages of the company and strengthen its market position.